Nous Deux, un dispositif de médiation culturelle ?

Sylvette Giet

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/edc/2372>

DOI : 10.4000/edc.2372

ISSN : 2101-0366

Éditeur

Université Lille-3

Édition imprimée

Date de publication : 1 septembre 1998

Pagination : 111-122

ISBN : 2-0767703-0-8

ISSN : 1270-6841

Référence électronique

Sylvette Giet, « *Nous Deux*, un dispositif de médiation culturelle ? », *Études de communication* [En ligne], 21 | 1998, mis en ligne le 26 mai 2011, consulté le 04 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/edc/2372> ; DOI : 10.4000/edc.2372

Ce document a été généré automatiquement le 4 mai 2019.

© Tous droits réservés

Nous Deux, un dispositif de médiation culturelle ?

Sylvette Giet

- 1 C'est par ses limites que l'on tentera ici d'explorer le concept de « dispositif de médiation culturelle ». Tout d'abord en l'étendant à un support de presse, envisageant celui-ci non seulement comme vecteur d'un contenu, mais comme appareil formel et communicationnel. Et la médiation comme dispositif dialogique, en analysant non pas tant **par qui** un « message » atteint ses destinataires, mais plutôt **par quoi**, et **en quoi le récepteur d'un média en construit le sens** ; en s'intéressant en somme à cette '*autre production*', '*silencieuse et invisible*', constituée par les '*manières d'employer*' les produits proposés (Certeau, 1980, p. 37).
- 2 On se proposera en outre d'aborder ici la médiation **culturelle** par une de ses marges, en se donnant pour objet un magazine déconsidéré. En l'occurrence le paragon de la « presse du coeur », « Nous Deux », riche d'une longue histoire (50 ans), celle d'un succès obstiné (leader des Editions mondiales, il le fut aussi du segment féminin de la presse magazine des années cinquante au début des années quatre-vingt), puis d'un progressif déclin (cf Giet, 1997). Celui-ci a l'intérêt de concentrer tous les discrédits médiatiques et culturels possibles, son parcours ayant d'ailleurs été presque constamment accompagné d'un discours de dénonciation émanant de ses concurrents et de diverses instances de légitimité (mouvements chrétiens, communiste voire d'extrêmes gauches, rationaliste, puis féministe, Université). En tant que produit de presse, il dépend d'un secteur peu considéré puisque destiné aux femmes et situé hors du champ du politique ; au sein même du segment féminin, il est marginalisé notamment par sa thématique sentimentale et son usage du récit. En tant que support narratif, c'est un produit fragile relevant a priori du strict domaine du flot, qui ne dissimule pas sa nature industrielle, ne répugne pas à user du stéréotype et semble créé et reçu dans une certaine indifférence à l'esthétisme ; on le considère ainsi comme réservé aux publics les moins valorisants : provincial, féminin et « populaire ».
- 3 Fonder une réflexion sur les dispositifs de médiation culturelle à partir d'un tel objet conduit alors à approfondir le concept de **public** : ce magazine peut-il être montré

comme un pur prescripteur destiné à une masse passive, ou peut-il être envisagé comme la résultante d'une co-construction par ses producteurs et ses récepteurs ?

- 4 Cette démarche permet donc de poser en termes **concrets** une question qui a sans doute son importance : tous les membres d'une société donnée disposent-ils d'une 'symbolique' qui leur donne 'accès au réel', leur permet de construire leur 'identité' et leur donne 'la capacité de penser et d'agir' ; en d'autres termes, le discours rationnel est-il le seul 'tiers symbolisant' par lequel les sujets 'se constituent comme acteurs historiques' (Quéré, 1982, p. 84) ?
- 5 En ce sens, un tel objet offrirait un point d'observation sensible et sensé sur l'articulation entre le local (en l'occurrence une culture « populaire ») et le global (la société où il est produit et reçu).
- 6 Fondé pour l'essentiel sur le récit sentimental (structuré en genres clairement caractérisés) *Nous Deux* a aussi par là même l'intérêt de mêler indissolublement l'intime et l'institutionnel. Il se situe en cela à un second point d'articulation entre le local et le global ; et permet de poser aussi à ce niveau une question fondatrice : 'par quoi faut-il passer pour être ?' (Hennion, 1990, p. 50).

Un dispositif dialogique ?

- 7 Remarquons que l'hebdomadaire s'affirme lui-même comme dispositif de médiation : le titre « Nous Deux » assure certes la singularité de l'hebdomadaire dans le champ féminin en se centrant non sur la seule féminité, mais sur le couple, annonçant par là la thématique sentimentale qui le fonde ; mais il peut aussi bien désigner le couple magazine / lectrice (les chiffres montrant qu'entre 20 et 30 % du lectorat est masculin, la convention linguistique implique que l'on parle dorénavant de « lecteur »).
- 8 On peut poser que tout imprimé est un dispositif formel qui exhibe son identité et produit son lectorat. Dans le cas d'un magazine, le dispositif formel gère également l'accès à chacune des rubriques, par une signalétique, et par une hiérarchie que la maquette manifeste. La maquette de « Nous Deux » est notamment caractéristique par sa régularité, qui permet au lecteur de retrouver chaque semaine les mêmes rubriques exactement au même endroit ; et cette régularité même le distingue des produits relevant d'autres segments de la presse féminine. Ce dispositif est longtemps fondé sur la priorité accordée à la fiction sur les rubriques d'insertion, et gère la hiérarchie évolutive entre les divers genres narratifs (nouvelles, « roman dessiné » jusqu'en 1963, roman-photo depuis 1950, feuilleton linguistique jusqu'aux années 90, roman complet en volume depuis 1988).
- 9 On pourrait évidemment envisager ce dispositif de médiation du côté des rubriques par lesquelles l'hebdomadaire se fait conseiller (voire directeur de conscience) de ses lecteurs, en leur proposant des voies d'accès au confort, à la mode..., et en les guidant sur les voies difficiles de la vie sentimentale. Mais ce n'est pas ici que se joue la spécificité - et l'illégitimité - du titre. On centrera donc l'analyse sur la fiction sentimentale, qui constitua jusqu'à 90 % de sa surface totale, et en assure encore 60 %.
- 10 A ce niveau, la rédaction, qui présente des textes dont le code herméneutique n'est pas enseigné dans le circuit légitime, se fait volontiers professeur de lecture. Les textes présentés ne sont jamais nus : récits linguistiques, ils sont assortis d'une illustration (qui, selon un code évolutif manifeste notamment le genre dont relève chaque texte) ; linguistiques ou iconiques, ils sont presque tous coiffés d'un avertissement, voire

précédés d'une annonce. Ce système d'accompagnement formule des promesses (un récit « captivant », « dramatique »...), annonce des débats (« D'un coup de foudre peut-il naître un amour durable et heureux ? »), parfois un contexte historique (« En 1944, les derniers soubresauts de la guerre ensanglantent l'Italie déchirée entre factions ennemies... »), voire précise une démarche esthétique

« la semaine prochaine, une nouveauté sensationnelle, la formule inédite la plus moderne : un grand film en couleurs pour vous seuls » ; « ce roman, publié en 1834 et dédié à Manzoni -le célèbre auteur des Fiancés- est parmi les plus caractéristiques des romans historiques italiens de goût romantique. Il fait partie de ce patrimoine littéraire international que Nous Deux est heureux de faire connaître à ses lecteurs... ».

- 11 Par là, le magazine s'explicite comme le partenaire du lecteur (ce système va s'affaiblir avec le temps, pour se centrer plus exclusivement sur une simple annonce narrative ; on reviendra sur cette relative dénegation d'un partenariat si longtemps affirmé).
- 12 Le système péri et paratextuel permet à la fois de rappeler les codes spécifiques à chaque genre, et d'affirmer la particularité de chaque récit ; c'est à un lecteur compétent, maître d'un code de lecture susceptible d'évolutions, que le magazine s'adresse. Il postule un investissement lectoral complexe, fondé sur trois dimensions en équilibre instable (différencié selon les genres, les récits particuliers, et les périodes) : l'esthétique, l'éthique, et l'extatique. Une série d'entretiens avec des lecteurs, et l'observation au long cours de quelques uns d'entre eux, permet de mesurer combien, en effet, leur lecture est partagée entre ces trois dimensions, et combien notamment ils sont aptes à reconnaître les codes, voire les tics, esthétiques, et à retrouver l'unicité sémantique sous la diversité des genres et des récits ; combien aussi l'investissement éthique et l'éventuelle jouissance extatique et esthétique dépendent autant de ce que proposent les textes, que de l'individualité de chaque lecteur. Le magazine ne peut alors être strictement tenu pour un prescripteur, son sens ne peut être que le résultat d'une co-construction entre les producteurs et les récepteurs.
- 13 Cette compétence lectorale, qui joue avec un dispositif formel autant qu'avec un « contenu », est un des aspects par lesquels on peut affirmer ce lectorat comme un public actif. Cette activité est ici envisagée au plan individuel, dans l'acte d'appropriation du lecteur, qui s'empare de ce qui dans le magazine répond à ce qu'il est. Et qui s'en empare essentiellement sur un registre ludique ; car les lecteurs rencontrés revendiquent généralement leur lecture comme distraction, évasion, rêve provisoire assumé. On retrouve là ce que d'autres ont déjà montré quant à la lecture « populaire » : l'investissement très relatif, le jeu (cf Hoggart, 1970, Certeau, 1980, Thiesse, 1984). Pourtant, aussi bien l'observation des lecteurs que la construction des récits et leur mise en scène permettent de poser que la lecture est d'abord ici une activité éthique, aux dépens de la contemplation esthétique. Et que par là elle assure une fonction de construction de soi pour chaque lecteur, en même temps que d'appropriation des normes morales et sociales, par la
jonction que le récit opère entre les estimations appliquées aux actions et l'évaluation des personnages eux-mêmes (Ricœur, 1990, p. 209).
- 14 Ce dispositif de médiation joue alors également à un niveau plus subtil, dépendant de l'interaction entre chaque texte et chaque lecteur. Le texte de fiction peut devenir pour le lecteur le médiateur de lui-même : si seul le lecteur a le pouvoir d'accomplir la signification du texte, la découverte du parcours d'un personnage peut aussi lui permettre de s'éclairer sur son propre parcours. Ce que la sémantique sentimentale décrit

comme le parcours amoureux idéal (comment on parvient à soi par le regard de l'autre, et comment d'un même mouvement son propre regard permet à l'autre d'advenir à lui-même) serait en somme également l'image de l'investissement lectoral idéal (cf Ricoeur, 1986), celui d'une identification comprise non comme englobement et dépossession de soi, mais comme

processus de reconnaissance et de désignation par lesquels l'autre devient médiation de constitution de l'identité du sujet (Lamizet, 1992, p. 38).

- 15 Au demeurant, il n'y a là rien d'absolument propre à un tel titre de presse, et même rien qui différencie profondément la lecture de ce titre de presse illégitime de toute autre lecture...
- 16 On doit également envisager le magazine comme dispositif de médiation à un niveau collectif. La sérialité, la fragilité du support, son bas prix, se lient à un mode de consommation où la lecture s'entrelace aux lieux, rythmes et activités quotidiennes. Le magazine fonctionne alors comme support de médiation et affirmation d'identité collective : sa consommation s'intègre le plus souvent dans un réseau de prêt, qui relie plusieurs foyers dans un circuit d'échanges ; elle établit aussi des relations particulières au sein d'un groupe, par exemple sur le lieu de travail. Titre marqué comme féminin, et qui raconte des histoires d'amour, il permet de formaliser les liens familiaux (se prêtant ou non entre plusieurs générations de femmes, et entre femmes et hommes) ; il peut même se faire signe et outil d'un passage dans le monde adulte (entrée dans l'âge du travail salarié marquée par l'achat du magazine ; ritualisation de l'accès à cette lecture pour la petite fille, par exemple).

Dispositif de médiation et jeu de la réception

- 17 Ceci étant, on doit dépasser ces généralités afin de réellement mesurer en quoi le lectorat se révèle actif, et combien la faculté à tenir compte de cette activité peut influencer sur la vie même du magazine ; en approfondissant par là-même l'analyse du rôle d'un dispositif formel dans l'interaction entre une production et une réception.
- 18 La rédaction a en effet, à plusieurs reprises et selon divers modes, tenté une politique de légitimation. D'abord sur le terrain d'une « médiation culturelle », en adaptant des romans célèbres en récits iconiques. Dès 1952 « Nous Deux » présente des « Misérables », en précisant qu'
« au théâtre, au cinéma, en librairie, on a célébré le cent-cinquantième de Victor Hugo, le plus grand poète du siècle dernier. *Nous Deux* s'associe à cet hommage en publiant cette formidable réalisation photographique de la vaste et si populaire fresque sociale *Les Misérables...* ».
- 19 Suivront (en douze ans) vingt-quatre autres romans explicitement adaptés, dont un tiers relève du « patrimoine littéraire international » qu'il affirme mettre à la disposition de ses lecteurs. Il s'agit au total d'une politique ambiguë en ce qu'elle mêle des textes d'une grande « popularité », et d'autres qualifiés comme « populaires » (des romans de Dumas, Mary, Féval fils...), mais qui se construit et s'explique (voir la présentation déjà citée de « Mario Visconti ») comme politique culturelle. On retrouvera une politique du même ordre dans les années quatre-vingt au moment où la rédaction des Editions mondiales rachetées par un groupe industriel entend modifier l'image de son titre phare par une « politique de qualité », qui se traduit notamment par l'adaptation en feuilletons linguistiques de romans prestigieux (dont *A L'Est d'Eden*).

- 20 Ces tentatives de légitimation se doublent d'un travail esthétique. A partir de 1958 apparaît sur certains romans-photos la mention « Série d'or », qui correspond en effet à un travail de la qualité photographique et typographie, et bientôt de la mise en page. Progressivement se constitueront trois sous-genres de roman-photo, dont le plus esthétisant présente des pages remarquables par la variabilité du format des vignettes, et parfois la complexité de leur disposition. Dans les années soixante-dix, ce sous-genre sera - provisoirement - majoritaire dans le magazine. De même, la « politique de qualité » des années quatre-vingt se manifestera par une considérable refonte de la maquette (et même une modification du logo de titre), qui misera sur la clarté classique (caractères dégraissés, homogénéisation de la typographie, illustrations normées, rubriques délimitées par des bandeaux gris et jaune pâle...).
- 21 On se trouve donc là face à diverses dénégations de la dimension prioritairement narrative et éthique du magazine (et notamment pour un genre qui par la nature même de son icône tend à se donner comme reflet du réel) au profit de valorisations esthétisantes.
- 22 Mais ce tableau d'une politique éditoriale n'a d'intérêt que si l'on prend en compte la réaction des lecteurs. Or les deux pics de cette politique correspondent à deux périodes de crise : en 1957 (au moment où même les romans les plus légitimes sont adaptés sans recherche esthétique) le tirage de *Nous Deux* dépasse le million et demi ; en 1964, il est retombé à un million ; au plus fort de l'esthétisation du roman-photo, en 1971, il descend à 850 000. Lorsque cette politique est abandonnée, le tirage remonte : en 1977, il a à nouveau dépassé le million. De même, la recherche de « qualité » entamée dans les années quatre-vingt (alors que le marché de la presse féminine est en révolution, il est vrai) s'accompagne d'une implacable érosion des ventes (cinquante mille lecteurs de moins chaque année). Les tentatives qui suivront, toutes fondées sur le recul de la fiction face aux rubriques d'insertion (mode, beauté, conseils pratiques... d'une part, pages consacrées aux vedettes d'autre part) et sur l'affaiblissement des spécificités du magazine, se solderont par le même résultat.
- 23 Certes, coïncidence ne peut se confondre avec corrélation. Mais il semble bien qu'à chaque fois que la rédaction brouille le positionnement du magazine - et le jeu du dispositif formel est ici essentiel- elle brouille aussi la production de son lectorat, ce qui entraîne un fléchissement des ventes. Alors même que ce lectorat peut se révéler prêt à l'innovation (le succès immédiat d'un titre fortement original dans le champ de la presse française le prouve à soi seul), il se révèle aussi comme doué d'une autonomie et d'une capacité de résistance à ce qui ne s'inscrit pas dans sa logique de consommation culturelle. D'ailleurs, quand « *Nous Deux* », en 1986, lance une enquête auprès des lecteurs, ceux qui répondent expriment en majorité leur indifférence envers la reprise en feuillets de romans célèbres par ailleurs, et leur préférence pour la fiction.
- 24 En définitive, le dispositif formel de « *Nous Deux* » semble avoir souvent établi les fondements d'une médiation réussie, où le lecteur est à la fois confirmé et en position d'être bousculé, ouvert sur la modernité, où les producteurs semblent aptes à jouer - ne serait-ce que par réalisme économique - dans l'éventail des désirs des consommateurs. Que cette médiation semble aujourd'hui moins heureuse souligne les obstacles de plus en plus grands à gérer l'image du magazine, et à prendre en compte ce type de désirs dans le cadre de la presse écrite (il faudrait envisager ici le poids du marché publicitaire, les modifications du champ concurrentiel, la professionnalisation des travailleurs de la presse, les changements dans la structure sociale et la formation...).

L'image d'une réception : public ou foule ?

- 25 C'est fondamentalement autour de ce problème du public que se joue l'image du magazine. L'obsession de son nombre réapparaît ainsi dans une multitude d'articles, où il se gonfle fantasmatiquement (on estime ainsi à des dizaines de millions le nombre de lectrices de la presse du coeur, en additionnant les tirages des divers magazines qui la composent, sans tenir compte de la duplication des titres) ; comme si à mesure qu'un public s'étendait, il devenait nécessairement moins compétent, voire incontrôlable, bref, non pas un public, mais une foule.
- 26 Car le discours critique qui accompagne le succès du magazine est sur ce point unanime : si celui-ci est médiateur, c'est d'une aliénation, et non d'une appropriation. On peut rappeler ici Michel Picard : autant la lecture '*difficile*', celle du '*lectant*', est constructrice du sujet, autant la lecture de divertissement, celle du '*lu*', est destructrice : elle traduit et renforce la détresse psychologique du lecteur, et vise à combler sa faim primitive (nombre de critiques décrivent cette lecture comme une dévoration ou un engloutissement). Le média (fréquemment désigné comme poison, ou comme hypnotique) apparaît en somme comme l'instrument d'un complot : celui des forces démoralisatrices qui tendent à enfoncer les lecteurs fragiles dans l'oubli de soi et la corruption (c'est l'argumentaire des premières critiques chrétiennes de la presse du coeur) ; celui des forces réactionnaires, des tenants de l'idéologie dominante, qui tendent à enfoncer les lecteurs encore dans l'obscurité dans le déni de leur domination, à désamorcer leur révolte (de femme et/ou de peuple ; c'est l'argumentaire des critiques féministes et/ou de gauche). En ce sens, le média serait un instrument de désocialisation, chargé de maintenir à l'écart de la culture et de la modernité en marche des lecteurs que les puissants ont intérêt à tenir sous le boisseau, et à ne nourrir que de contenus appauvris, ou de bribes dégradées et désamorcées d'une création venue d'en haut.
- 27 Ce schéma limpide permet de réduire la médiation à un parcours linéaire descendant où le(s) producteur(s) et/ou les structures sociales et institutionnelles de cette production ont tous pouvoirs face à un lectorat simplement capable d'absorption. On entend là l'écho d'une peur de la médiation qui retrouve les accents du *Phèdre*, où le refus du discours médié s'associe à une inquiétude devant l'incapacité de l'émetteur à contrôler les destinées du discours. Et cette peur de la médiation apparaît comme particulièrement active dès lors que le public visé relève de la « masse », de la « foule », ou du « peuple ». Celui-ci est en somme affirmé comme hors de la culture, encore dans les limbes d'une sauvagerie dont il faudrait l'arracher en lui interdisant de se repaître de lectures qui l'y maintiennent (dans les années cinquante la presse du coeur se trouva en butte à une campagne visant à son interdiction), à tout le moins en dénonçant l'imbécillité de sa consommation.

Médiation/ socialisation

- 28 On l'a dit, rien dans la description du mode de lecture de « Nous Deux » ne le différencie profondément de toute autre lecture. Et surtout, en dépit de ce que l'on prétend fréquemment, rien ne distingue idéologiquement son récit sentimental des récits légitimés : une étude approfondie montre au contraire que la sémantique de l'amour

présentée dans la presse du coeur est précisément celle qui fonde l'Occident, qu'elle repose sur un message fondamentalement intégrateur et socialisateur ; c'est-à-dire la nécessité de refuser ou dépasser la passion - du côté de la concupiscence comme du désir de fusion - vers l'agapè, l'amour charité à la fois élan, recherche de la permanence par le dépassement de l'amour-propre, et quête de l'identité profonde par le mouvement réciproque qui fait de chaque membre du couple l'accoucheur de l'autre (ou, pour reprendre Ricoeur commentant Aristote, une '*mutualité médiatisée par le bon*' (1990, p. 215)). **Rien, sauf la forme**, et la mise en scène et en actes de l'activité lectorale.

- 29 Cette sémantique apparaît en même temps comme profondément moderne, en ce qu'elle repose sur la construction de l'individu, et tout à fait capable d'absorber des mouvements culturels tenus comme caractéristique de la modernité en marche : l'importance accrue accordée à l'autonomie et à l'identité psychologique de cet individu, et le retournement du statut du corps, qui sort d'une logique de la fornication et du péché pour devenir le révélateur de l'être.
- 30 En ce sens, l'angle de la médiation pour analyser un phénomène tel que « Nous Deux », en le faisant apparaître comme vecteur d'une consommation socialisatrice et par là médiateur d'une identité sociale, médiateur aussi des mouvements de notre modernité et d'un message anthropologique par lequel se formalisent l'accession à l'âge adulte et la constitution de la famille, dispositif qui révèle par son histoire celle d'une demande culturelle construite et obstinée, même si illégitime, et révélateur aussi d'une exclusion socio-culturelle, permet de penser la complexité d'un objet généralement tenu pour simpliste, à tout le moins « ordinaire », dès lors que cet outil permet de sortir d'un schéma causal linéaire, d'un schéma de circulation des messages du « haut » vers le « bas », d'une analyse socio-culturelle en termes de « dedans » et de « dehors ».

Modestes propositions....

- 31 '*Par quoi faut-il passer pour être ?* ; '*comment faisons-nous le monde qui nous fait ?*' (Hennion, 1990, p. 50). Si ces questions sont celles qui fondent l'analyse de la médiation, quel dispositif serait mieux approprié pour y regarder de plus près qu'un support fondé sur le récit sentimental, après tout ? En d'autres termes, ne peut-on considérer que le premier stade de construction de la « symbolique à l'aide de laquelle les sujets sociaux trouvent accès au réel » (Quéré, p. 84) pourrait se trouver non dans le discours informatif, la construction du politique, mais dans celle de l'intime ?
- 32 L'analyse d'un objet culturel illégitime en termes de dispositif de médiation, qui viserait en somme à
construire une esthétique des médias afin d'étudier comment chaque média établit une relation sensible et intelligible avec le destinataire (Caune, 1997, p. 92)
- 33 sans exclusion a priori, permet de montrer concrètement combien la coupure entre une élite qui fait et une masse qui reçoit (cf Certeau, 1975, p. 200) est de l'ordre de la revendication beaucoup plus que de la réalité observable, et qu'elle s'effectue surtout autour de dispositif formels qui exhibent l'opposition entre le divertissement et l'effort. Elle permet aussi de s'interroger sur une activité réceptrice qui dessine les contours d'une raison **autre**, qui reposerait sur le récit, l'imaginaire (et ici le sentimental), et non sur le discours argumenté... En quelque sorte d'un espace public qui ne se construirait pas

exclusivement par l'exercice de la rationalité, et ne reposerait pas sur une stricte séparation de l'intime et de l'institutionnel.

- 34 En ce sens, l'analyse de cet étrange objet, la presse du cœur, en termes de médiation, permet de poser des questions cruciales puisqu'elles portent sur les fondements même de notre culture... Pourrait-on aller jusqu'à prétendre que l'analyse en médiation serait un outil théorique propre à dépasser les ambiguïtés de l'idéologie issue des Lumières afin d'en mieux accomplir la revendication démocratique ?

BIBLIOGRAPHIE

- Caune, J.**, (1997), *Esthétique de la communication*, PUF, Que Sais-je ? n° 3259, Paris.
- De Certeau, M.**, (1975), *L'Écriture de l'histoire*, Gallimard, Paris.
- De Certeau, M.**, (1980), *L'Invention du quotidien I*, 10/18, Union Générale d'Éditions, Paris.
- Giet, S.**, (1997), *Nous Deux 1947-1997 : apprendre la langue du cœur*, Peeters-Vrin, Louvain-Paris.
- Hennion, A.**, (octobre-décembre 1990), « De l'étude des médias à l'analyse de la médiation », *Médiaspouvoirs* n° 20, pp. 39-52.
- Hoggart, R.**, (1970), *La culture du pauvre*, les éditions de Minuit, Paris.
- Lamizet, B.**, (1992), *Les Lieux de la communication*, Mardaga.
- Picard, M.**, (1987), « Littérature/ lecture/jeu », in Michel Picard (dir.), *La Lecture littéraire*, Clancier-Guénégaud, pp. 161-169.
- Platon**, (1964), *Phèdre*, GF Flammarion, Paris.
- Quéré, L.**, (1982), *Des miroirs équivoques. Aux origines de la communication moderne*, Aubier-Montaigne, Paris.
- Ricoeur, P.**, (1986), « Le modèle du texte : l'action considérée comme un texte », *Du Texte à l'action*, Le Seuil, Paris, pp. 183-211.
- Ricoeur, P.**, (1990), *Soi-même comme un autre*, Seuil, Paris.
- Thiesse, A.M.**, (1984), *Le Roman du quotidien. Lecteurs et lectures populaires à la Belle Époque*, Le Chemin vert, Paris.

RÉSUMÉS

C'est par les marges que cet article se propose d'envisager les dispositifs de médiation culturelle. En centrant son regard sur un support de presse massivement déconsidéré, mais massivement reçu (Nous Deux, parangon de la « presse du cœur »), il se proposera d'envisager un support de presse comme dispositif formel, et comme dispositif dialogique entre une production et une réception ; en d'autres termes de mesurer en quoi le lectorat d'un support illégitime de presse peut être tenu pour un public. Au delà de l'exploration d'une esthétique médiatique comme

dispositif de médiation, l'ambition sera donc ici d'esquisser en quoi l'analyse en termes de médiation peut contribuer à éclaircir le débat sur la place d'une culture « régionale » dominée au sein d'une culture globale.

INDEX

Keywords : cultural mediation, device, press, audience, popular culture, reading, narrative, legitimacy

Mots-clés : médiation culturelle, dispositif, presse, public, culture populaire, lecture, narration, légitimation

AUTEUR

SYLVETTE GIET

Sylvette Giet est enseignante de Lettres et titulaire d'une thèse en Sciences de l'information et de la Communication soutenue à Strasbourg en 1997, consacrée au magazine *Nous Deux*. Elle a aussi publié *Nous Deux 1947-1997 : apprendre la langue du cœur* (Peeters-Vrin, 1997). Elle travaille actuellement sur la légitimité et l'illégitimité culturelle.